

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPUASAN  
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SKYNET  
INDONESIA DI BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Vika Ayuni  
200910248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPUASAN  
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SKYNET  
INDONESIA DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Vika Ayuni  
200910248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vika Ayuni

NPM : 200910248

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SKYNET INDONESIA DI BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 15 Juli 2024

Yang menyatakan,



Vika Ayuni

200910248

## HALAMAN PENGESAHAN

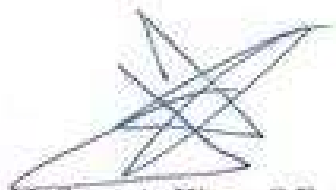
# PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SKYNET INDONESIA DI BATAM

## SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:  
Vika Ayuni  
200910248

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini  
Batam, 15 Juli 2024



Dr. M. Sumarto Wage, S.E., M.Si.  
Pembimbing



## **ABSTRAK**

Penelitian ini menyelidiki pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan di PT Skynet Indonesia di Batam. Perkembangan teknologi yang pesat menjadikan layanan internet sangat penting dalam kehidupan modern, mempengaruhi berbagai sektor termasuk rumah tangga, perusahaan, dan lingkungan pendidikan. PT Skynet Indonesia sebagai penyedia jasa internet (ISP) bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanannya untuk memenuhi permintaan pelanggan yang semakin meningkat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan positivis, berfokus pada analisis asosiatif untuk mengeksplorasi hubungan sebab akibat antara variabel. Data dikumpulkan dari 1125 pelanggan setia menggunakan purposive sampling dan dianalisis menggunakan analisis linier berganda. Temuan mengungkapkan bahwa nilai pelanggan, kepuasan, dan kepercayaan merek secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan, baik secara individu maupun kolektif. Insight ini dapat membantu PT Skynet Indonesia meningkatkan strategi retensi pelanggan dan menawarkan layanan yang lebih baik.

**Kata Kunci:** Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This research investigates the influence of customer value, customer satisfaction, and brand trust on customer loyalty at PT Skynet Indonesia in Batam. Rapid technological developments make internet services essential in modern life, affecting various sectors including households, companies, and educational environments. PT Skynet Indonesia as an internet service provider (ISP) aims to improve the quality of its services to meet increasing customer demand. This research uses quantitative methods with a positivist approach, focusing on associative analysis to explore causal relationships between variables. Data was collected from 1125 loyal customers using purposive sampling and analyzed using multiple linear analysis. Findings reveal that customer value, satisfaction, and brand trust significantly influence customer loyalty, both individually and collectively. This insight can help PT Skynet Indonesia improve its customer retention strategy and offer better services.*

*Keywords: Customer Value, Customer Satisfaction, Brand Trust, Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SKYNET INDONESIA DI BATAM” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael J.Rorong. S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. M. Sunarto Wage, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis.
5. Bapak M.Khoiri, S.,Pd M.Pd.. selaku pembimbing akademik yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
7. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan krititk dan saran yang membangun.
8. Pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam yang sudah bersedia berpartisipasi sebagai responden;
9. Kedua orang tua dan saudara penulis yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini



Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat serta rahmat-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 15 Juli 2024

  
Vika Ayuni



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Masalah .....	10
1.6. Manfaat penelitian.....	11
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2. Manfaat praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1. Kajian Teori .....	12
2.1.1. Kepuasan Pelanggan .....	13
2.1.2. Kepercayaan Merek .....	15
2.1.3. Loyalitas pelanggan .....	15
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. Kerangka Pemikiran.....	31
2.4. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	35
3.2. Sifat Penelitian .....	35
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	35
3.3.1. Lokasi penelitian.....	35
3.3.2. Periode penelitian .....	36
3.4. Populasi dan sample.....	36
3.4.1. Teknik penentuan besar sample.....	36
3.4.2. Teknik sampling .....	38
3.5. Sumber Data.....	38
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7. Defenisi Operasional Variable Penelitian .....	39
3.7.1. Variabel bebas dan variabel terkait.....	40
3.7.1.1. Nilai Pelanggan (X1) .....	40
3.7.1.2. Kepuasan Pelanggan (X2).....	40
3.7.1.3. Kepercayaan Merek (X3).....	40
3.7.1.4. Loyalitas Pelanggan (Y) .....	41
3.8. Metode Analisis Data.....	42

3.8.1. Analisis Deskriptif .....	42
3.8.2. Uji Kualitas Data .....	43
3.8.2.1. Uji Validitas .....	43
3.8.2.2. Uji Reliabilitas .....	44
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	45
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas .....	45
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.9. Uji Hipotesis .....	46
3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.9.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
3.9.3. Uji T.....	48
3.9.4. Uji F.....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....	52
4.2. Deskripsi jawaban responden.....	53
4.2.1. Deskripsi Variabel Nilai Pelanggan.....	53
4.2.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	54
4.2.3. Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek .....	56
4.2.4. Deskripsi Variabel Loyalitas pelanggan.....	57
4.3. Analisis Data .....	58
4.3.1. Uji Kualitas Data .....	58
4.3.1.1. Uji Validitas Data Nilai Pelanggan.....	58
4.3.1.2. Validitas Kepuasan Pelanggan.....	59
4.3.1.3. Validitas Kepercayaan Merek .....	60
4.3.1.4. Validitas Loyalitas pelanggan.....	60
4.3.1.5. Uji Reliabilitas .....	61
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	61
4.3.2.1. Uji Normalitas.....	61
4.3.2.2. Uji Multikolonearitas .....	63
4.3.2.3. Uji Heterokedatisistas .....	65
4.3.3. Pengujian Pengaruh .....	66
4.3.3.1. Analisis Linear Berganda.....	66
4.3.3.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
4.4. Pengujian Hipotesis.....	68
4.4.1. Uji Hipotesis Secara Parsial-Uji t.....	68
4.4.2. Uji Hipotesis Secara Simultan-Uji F .....	69
4.5. Pembahasan.....	70
4.5.1. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	70
4.5.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	71
4.5.3. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas pelanggan.....	71
4.5.4. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas pelanggan.....	72
4.6. Implikasi Hasil Penelitian .....	72

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>
Lampiran 1. Data Pendukung Penelitian.....	82
Lampiran 2. Data Riwayat Hidup .....	143
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	144

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> kerangka pemikiran .....	33
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram .....	62
<b>Gambar 4.2</b> Normal p-plot .....	62
<b>Gambar 4.3</b> Normal Scatterplot.....	65

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Pertumbuhan pelanggan Tahun 2020-2024.....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	28
<b>Table 3.2</b> Operasional variabel penelitian .....	41
<b>Table 3.3</b> Indeks Koefisien Reliabilitas .....	44
<b>Tabel 4.1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
<b>Tabel 4.2</b> Responden Berdasarkan Usia.....	51
<b>Tabel 4.3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
<b>Tabel 4.4</b> Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....	52
<b>Tabel 4.5</b> Deskripsi variabel Nilai Pelanggan .....	53
<b>Tabel 4.6</b> Deskripsi variabel Kepuasan Pelanggan .....	54
<b>Tabel 4.7</b> Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek.....	56
<b>Tabel 4.8</b> Deskripsi variabel Loyalitas pelanggan .....	57
<b>Tabel 4.9</b> Validitas Variabel Nilai Pelanggan .....	59
<b>Tabel 4.10</b> Validitas variabel Kepuasan Pelanggan .....	59
<b>Tabel 4.11</b> Validitas Variabel Kepercayaan Merek .....	60
<b>Tabel 4.12</b> Validitas Variabel Loyalitas pelanggan .....	60
<b>Tabel 4.13</b> Uji Reliabilitas.....	61
<b>Tabel 4.14</b> Hasil uji Kolmogorov-Smirnov.....	63
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Park Gleyser.....	65
<b>Tabel 4.17</b> Hasil uji Analisis Linear Berganda .....	67
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji t .....	69
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji f.....	70

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	37
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	42
<b>Rumus 3.3</b> Uji Validitas .....	43
<b>Rumus 3.4</b> Reliabilitas .....	44
<b>Rumus 3.5</b> Multikolinearitas.....	46
<b>Rumus 3.4</b> Regresi linier berganda .....	46
<b>Rumus 3.5</b> Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	47
<b>Rumus 3.6</b> Uji t .....	48
<b>Rumus 3.6</b> uji F .....	49